

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 08-04-16/20

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

01 июля 2016 года

г. Мурманск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Чеченина Светлана Адольфовна, ознакомившись с материалами дела, свидетельствующими о признаках нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) для рассмотрения дела заместителем руководителя управления Поповой Ириной Николаевной,

УСТАНОВИЛ:

В управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданки <...> по факту вещания 20.04.2016 в 11:50 в эфире радиостанции «Русское радио» (105,5 Fm) спонсорской рекламы: «Спонсор прогноза погоды Управляющая компания №1, в среду 20 апреля в Мурманске будет облачно, временами пройдут осадки... Здравствуйте дети, начинаем урок истории, тема сегодняшнего урока история России в 19 веке, записывайте, после смерти императора Николая на престол взошёл его сын Александр II, он погиб в 1881 году и трон унаследовал его сын Александр III. Зачем разбираться во вторых и третьих, если есть Первая, Управляющая компания №1, с нами лучше.», с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 и пункт 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Заявитель высказывает сомнение о правомерности высказывания в рекламе «Управляющая компания №1», в виду того, что спонсорская реклама не давала полной информации об организационно правовой форме спонсора, тем самым вводила в заблуждение её как потребителя рекламы, а также реклама напоминала сравнение управляющей компании с иными компаниями, оказывающими аналогичные услуги на рынке г. Мурманска.

Заявительница представила запись вещания эфире «Русское радио» (105,5 Fm) за 20.04.2016.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламораспространитель лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 10 статьи 3 Закона о рекламе спонсорской рекламой является реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.

Таким образом, спонсорская реклама является разновидностью рекламы, на нее распространяются как общие требования, предъявляемые к рекламе, так и требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров.

В статье 5 Закона о рекламе установлены общие требования к рекламе, а именно: реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами/услугами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Недостоверной также является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара (пункт 20 части 1 статьи 5 Закона о рекламе).

Следует отметить, что недостоверной считается не только заведомо ложная, но и безосновательная, не только активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация. Любая из форм проявления недостоверной рекламы преследуется законом.

По смыслу приведенных нормативных положений реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. При этом те или иные способ, форма и средства распространения соответствующей информации могут предполагать различный рынок воздействия, в том числе тот или иной локальный рынок, на котором существует определенная конкурентная среда и определенные потребители рекламы.

В рассматриваемом случае это рынок услуг по управлению многоквартирными жилыми домами.

Согласно реестру лицензий Мурманской области на осуществления предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами, размещенному на официальном сайте государственной жилищной инспекции, правом на осуществление этой деятельности наделены 195 юридических лица, 18 из которых состоят в СРО, при этом ООО «Управляющая компания №1» входит в данный реестр под порядковым номером 190.

Использованный в рекламе слоган: «...Зачем разбираться во вторых и третьих, если есть Первая, Управляющая компания №1, с нами лучше» предполагает, что рекламируемая таким способом «Управляющая компания №1» является самой востребованной с точки зрения оказания качества услуг со стороны потребителей, и одновременно, свидетельствует, что ни одно другое предприятие, действующие на данном рынке и в данном городе, не имеет таких показателей относительно качества предоставляемых услуг по управлению многоквартирными домами.

В рекламе без альтернативно предлагается не разбираться во вторых и третьих компаниях, а обратить внимание на «Первую, Управляющую компанию №1, с нами лучше», при этом в рекламе не приведен критерий, по которому произведена оценка «с нами лучше».

Заявление о преимуществах, в том числе, формулировка, содержащая прилагательное в превосходной степени "лучшие", должны иметь документальное и фактическое обоснование. Под преимуществом понимается превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного характера или услуги иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение потребителей.

УФАС по Мурманской области в ходе рассмотрения обращения гражданки запросило у лица, заинтересованного в указанной рекламе ООО «Управляющая компания №1», документы подтверждающие содержание рекламы, а именно указать конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение в рекламе: «Управляющая компания №1, с нами лучше».

ООО «Управляющая компания» подтвердила факт размещения вышеназванной рекламы в эфир радиостанции «Русское радио-Мурманск» (105,5 Fm) 20.04.2016 года и пояснила, что используемое в рекламе выражение «Управляющая компания №1» не является сравнительной характеристикой, а зарегистрировано официальным названием компании и принято на основании решения №3 от 19.04.2016 единственного участника ООО «Управляющая компания Мурманжилкомфорт» о смене наименования общества на ООО «Управляющая компания №1».

Согласно выписки из единого государственного реестра юридических лиц от 29.04.2016г., датой внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей сведения о наименовании общества с ограниченной ответственностью «Управляющая компания №1» является 28.04.2016года. Из чего следует, что на момент распространения рекламы 20.04.2016года компания не имела юридического права позиционировать себя в рекламе, как «Управляющая компания №1».

Из пункта 3 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что неправильное указание организационно-правовой формы спонсора - юридического лица - рассматривается как существенное искажение наименования, если оно не позволяет потребителю рекламы с достоверностью идентифицировать лицо, выступающее спонсором.

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара /услуги.

В действиях рекламодателя ООО «Управляющая компания» усматриваются признаки нарушения пунктов 1 и 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 и 20 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-

ФЗ несет рекламодаделец ООО «Управляющая компания №1»(ИНН 5190053688, ОГРН 1155190013230 от 29.10.2015, 183025, г. Мурманск, ул. К. Буркова, д.17А).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу № 08-04-16/20 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Признать участвующим в деле лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе общество с ограниченной ответственностью «Управляющая компания №1»(ИНН 5190053688, ОГРН 1155190013230 от 29.10.2015, 183025, г. Мурманск, ул. К. Буркова, д.17А).

3. Назначить дело к рассмотрению на 28 июля 2016 года в 10.00, по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.9а, кабинет заместителя руководителя управления Поповой И.Н.

ООО «Управляющая компания №1» представить в антимонопольный орган на рассмотрение дела:

- критерий по которому осуществляется сравнение в рекламе и который имеет объективное подтверждение рекламной фразе: «...Зачем разбираться во вторых и третьих, если есть Первая, Управляющая компания №1, с нами лучше»;

- полную информацию о лице, определившем содержание рекламы (паспортные данные);

- иные, имеющиеся документы, способствующие всестороннему рассмотрению дела;

- мотивированные письменные объяснения по признакам нарушения рекламного законодательства.

Явка лица (законного представителя), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (с подлинной доверенностью на участие в рассмотрении данного дела), обязательна.

Руководитель управления С.А. Чеченина